

- ☐ **Bepaal je plaats tussen de concurrentie** en blader door het dienstenaanbod van andere bureaus in een vergelijkbare ontwikkelingsfase.
- ☐ **Bepaal je middelen en mogelijkheden** – het aanbod moet zo uitgebreid zijn als de mogelijkheden van het bureau toelaten.
- ☐ **Maak een lijst van alle diensten** die je aan de klant kunt aanbieden en verdeel ze in categorieën – dit zal je helpen de structuur van het aanbod te bepalen (zie voorbeeld 1 onder de checklist).
- ☐ **Bepaal je plaats tussen de concurrentie** en blader door de aanbiedingen van andere bureaus in een vergelijkbare ontwikkelingsfase. Zo creëer je een visie op een aanbod dat is afgestemd op jouw middelen en mogelijkheden.
- ☐ **Identificeer de diensten die jouw klanten het meest gebruiken.** Op basis hiervan kun je de diensten groeperen in meerdere pakketten: van de meest basale dienst tot uitgebreide klantondersteuning (zie voorbeeld 2 onder de checklist).
- ☐ **Maak een abonnementsaanbod** voor die klanten wiens interesse verder gaat dan de uitvoering van individuele campagnes. Bereken hoeveel tijd, middelen en werk er gemiddeld nodig zijn voor het cyclisch uitvoeren van individuele activiteiten en bepaal op basis daarvan het minimale maandbudget, inclusief het bureaubudget.
- ☐ **Geef de klant een keuze.** Net als bij servicepakketten moet de ontvanger verschillende opties hebben voor meer of minder uitgebreide abonnementen.
- ☐ **Beoordeel de winstgevendheid van specifieke services** en geef prioriteit aan de services die je de meeste voordelen opleveren. Voor deze indeling kun je de BCG-matrix gebruiken (bijvoorbeeld stars, cash cows, vraagtekens en dogs).



#TIP

Je kunt alleen pakketten samenstellen die abonnementsdiensten bevatten. De nomenclatuur varieert, maar het is belangrijk om duidelijk de aard en frequentie van de reeks acties die je aan de klant aanbiedt, uit te leggen.

- ☐ **Houd rekening met de verschillende ontwikkelingsstadia van de website van de klant.** Er is veel meer werk nodig om vanaf het begin een merkimago op het web te creëren dan om de voortdurende communicatie voort te zetten. Je kunt het aanbod dus ook verdelen afhankelijk van de ontwikkelingsfase van het bedrijf/product van de klant.
- ☐ **Omschrijving van de diensten.** Het is raadzaam dat het aanbod op de website van het bureau een korte uitleg of links naar de beschrijvingen van elk van de diensten bevat. Het aanbod dat in een pdf-bestand wordt verzonden, moet daarentegen beknopt zijn en alleen de noodzakelijke informatie bevatten die op een bemoedigende manier wordt overgebracht.

#TIP

Of misschien een meer interactieve vorm van het aanbod proberen? Je kunt de gebruiker door een eenvoudig formulier leiden en in dit stadium automatisch bepaalde elementen van het aanbod aanpassen (zie voorbeeld 3 onder de checklist).



- ☐ **Benadruk je betrouwbaarheid** – jouw aanbod moet niet alleen de soorten diensten en pakketten omvatten, maar ook indrukwekkende resultaten opleveren, b.v. in de vorm van numerieke samenvattingen uit casestudies (zie voorbeeld 4 onder de checklist).
- ☐ Als je een **budgetminimum** nodig hebt, informeer de klant hier dan over in de offertefase.
- ☐ **Vergeet niet om aan je aanbod enkele gepersonaliseerde diensten toe te voegen** die je levert of kan leveren, bijvoorbeeld: consultaties, markt-/concurrentieonderzoek, vergelijkende analyse van websites.
- ☐ **Je kunt afzonderlijke pakketten aanbieden voor individuele sociale platforms** als je een breed scala aan sociale media-activiteiten uitvoert.
- ☐ Je offerte dient de **wijze van afwikkeling**, de frequentie en het type contract te bevatten.
- ☐ **Het aanbod moet gemakkelijk te begrijpen zijn.** Overweeg de elementen ervan te presenteren in de vorm van tabellen, diagrammen en infographics.
- ☐ **Samenwerkingsregeling** – het is de moeite waard om dit samen met het aanbod te presenteren. Duidelijke regels wekken het vertrouwen van potentiële klanten (zie voorbeeld 5 onder de checklist).

- ☐ Op de aanbodpagina kun je een korte **Q&A-sectie** over samenwerking toevoegen.
- ☐ **Zorg ervoor dat uw aanbieding CTA** bevat voor contact/het plaatsen van een bestelling. Ze moeten op elke subpagina van de aanbieding worden geplaatst en 2-3 keer op de pagina worden herhaald als deze veel inhoud heeft.

Laat je inspireren!

Voorbeeld 1. Diensten onderverdeeld in categorieën:

 ONLINE MARKETING STRATEGIE Ontwikkeling van de juiste online marketing strategie om doeltreffend de juiste inzet te bepalen en online succes te behalen. LEES MEER »	 ZOEKMACHINE OPTIMALISATIE (SEO) Het verbeteren van jouw website voor optimale zichtbaarheid in de zoekresultaten op de belangrijkste zoekwoorden. LEES MEER »	 ZOEKMACHINE ADVERTEREN (SEA) Door middel van optimale betaalde online promotie bereik je jouw doelgroep snel en efficiënt op de juiste kanalen. LEES MEER »
 CONTENT MARKETING Met een gedegen content strategie plot je aansprekende content bij jouw doelgroep om uit te groeien tot een autoriteit binnen jouw vakgebied voor maximaal rendement. LEES MEER »	 SOCIAL MEDIA MARKETING Bereik met een gedegen strategie en aansprekende content de juiste doelgroep op de belangrijkste social media kanalen. LEES MEER »	 WEB ANALYTICS Kwalitatieve data inzichten om jouw online campagne optimaal in kaart te brengen en de beste online marketing strategie keuzes te maken voor maximaal rendement. LEES MEER »

Bron: <https://netsolution.nl/online-marketing-diensten/>

Voorbeeld 2. Diensten gegroepeerd in pakketten:

BASIC	PREMIUM	EXCLUSIVE
2 SOCIAL MEDIA POSTS PER WEEK FACEBOOK/INSTAGRAM	2 SOCIAL MEDIA POSTS PER WEEK FACEBOOK/INSTAGRAM	2 SOCIAL MEDIA POSTS PER WEEK FACEBOOK/INSTAGRAM
1 A 2 BLOGS BEOORDELEN OP SEO	2 LINKEDIN POSTS PER MAAND	2 LINKEDIN POSTS PER MAAND
TERUGKOPPELING VAN RESULTATEN SOCIALS	1 A 2 BLOGS HERSCHRIJVEN MET SEO	1 A 2 BLOGS HERSCHRIJVEN MET SEO
	4 UUR PER MAAND WEBSITEOPTIMALISATIE	8 UUR PER MAAND WEBSITEOPTIMALISATIE
	ZOEKWOORDEN TOEPASSEN IN GOOGLE ADS	ZOEKWOORDEN TOEPASSEN IN GOOGLE ADS, BUDGET VASTSTELLEN VOOR CAMPAIGNES
	TERUGKOPPELING VAN RESULTATEN SOCIALS	1 UUR PER MAAND STRATEGISCHE SESSIE
		TERUGKOPPELING VAN RESULTATEN SOCIALS
€250,- PER MAAND	€450,- PER MAAND	€700,- PER MAAND
		

Bron: <https://www.pm-media.nl/diensten/>

Voorbeeld 3. Interactieve vorm van aanbod presenteren:

Wat haal je uit de digitoegankelijkheidscan?

Leuk zo'n scan, maar wat heb je er aan? Je krijgt van ons een analyse van de volgende punten:

- Development
- Design

Daarnaast bespreken we in een 1-1 sessie samen de analyse, zodat je direct ziet waar je website nu staat en wat er te verbeteren valt. Kortom, de analyse vormt het beginpunt voor een digitoegankelijke website.

Vraag de digitoegankelijkheidscan aan!

Contactgegevens

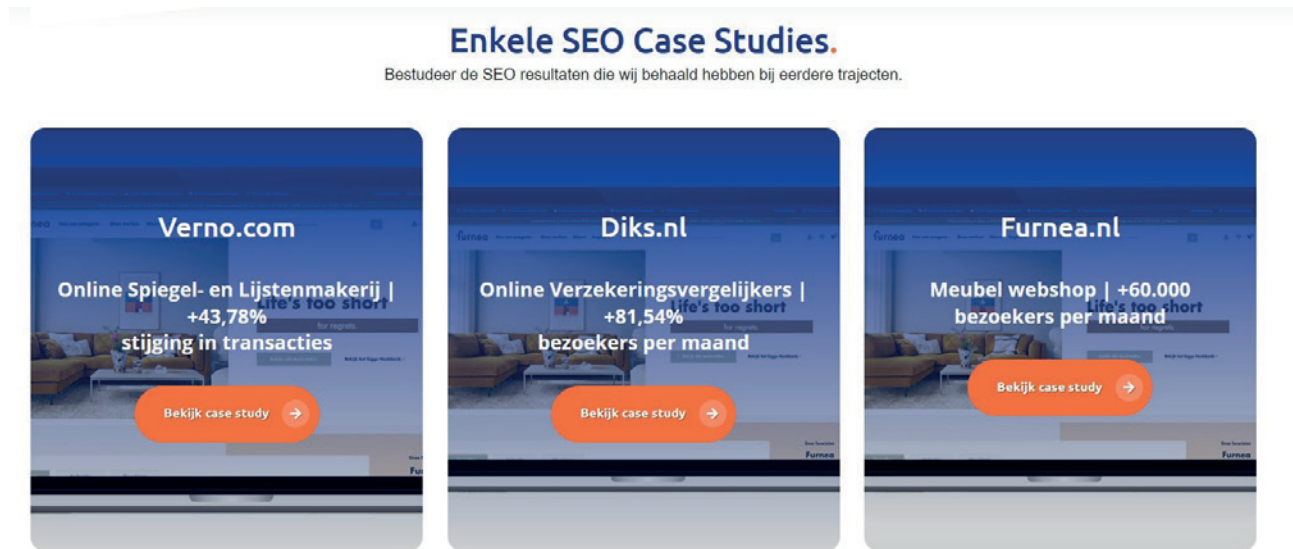
Voornaam*

Achternaam*

E-mail*

Bron: <https://socialbrothers.nl/dienst/digitoegankelijkheidscan/>

Voorbeeld 4. Nummerieke samenvatting case studies:



Bron: <https://rankingmasters.nl/onze-resultaten/>

Voorbeeld 5. Werkwijze overzicht voor klanten:

		
Binnenkant	Boodschap	Buitenkant
De kern van het verhaal. Wat is je DNA? Wie ben je? Waar sta je voor? Wat is je verhaal? Men koopt niet WAT je verkoopt maar WAAROM je het verkoopt. Het WAAROM is wat succesvolle strategieën bouwen en klanten trouw maakt. De kern helder hebben is noodzakelijk om constructief over de buitenkant na te kunnen denken.	Wat wil je nu echt zeggen? Op welke manier? En hoe pakken we dat aan? We formuleren de boodschap haarscherp en gaan voor de "verpakking" die daar het best bij past. Tone of voice en medium versterken de boodschap en minimaliseren de ruis. Wij helpen u de juiste doelgroep te bereiken, producten te presenteren en uw doelstellingen te realiseren. Wij durven te dromen maar ons credo "doordenkendandoen" staat voor een conceptmatige aanpak die resulteert in veel meer dan een mooi plaatje.	Design en vormgeving passend bij de doelgroep en de boodschap. Of het nu een identiteit of een website is, een activatie of een verpakking, de buitenkant zal als een maatpak aansluiten op de binnenkant.

Bron: <https://beeldvang.nl/site/onze-werkwijze/>